RADSON
MERKSTRATEGIE

Who wants to heat your business?

RADSON

We do

Radson en Purmo hebben besloten om een nauwe samenwerking aan te gaan om de meest competitieve speler op de verwarmingsmarkt te worden. Met in totaal 1.500 werknemers en een gecombineerde omzet van meer dan 330 miljoen euro in 2006, zitten wij duidelijk in een positie om dit doel te bereiken: de meest aantrekkelijke verarmingsoplossingen op de markt creëren. De volledige verwarmingsbusiness wordt uitgebouwd door ons te concentreren op oplossingen die een échte meerwaarde bieden.

Het RADSON/PURMO Managementteam

Claudius Gramse
Brand development manager

Dick Horsfall
Brand director

Elo Dhaene
Commercial director

Tomasz Tarabura
Brand director
(vanaf 01.01.2008)

Christian Björklöf
Financial director

De strategie:

Het voorkeursmerk in de verwarmingssector worden.

De oplossing

is gebaseerd op een professionele samenwerking met de klanten

- Meer dan 2.500 uur aan interviews met installateurs en eindgebruikers
- Onderzoek in 9 Europese markten
- Focus op toekomstige vraag en behoeften

Ons onderzoek heeft aangetoond dat iedereen radiatoren neemt voor wat ze zijn. De kwaliteit, prestaties of zelfs desing wordt niet altijd in vraag gesteld. De reden hiervoor is duidelijk: geen enkele leverancier heeft in het verleden ooit een poging ondernomen om verwarming op de agenda te plaatsen. Het is echter een feit dat er grote verschillen bestaan in verwarmingsoplossingen op het vlak van de prestaties en het comfort dat ze bieden. Precies dat willen we veranderen, op basis van onze professionele samenwerking met de klanten, installateurs en groothandel.

Grondig onderzoek bacht de oplossing

Het voorbije 1,5 jaar hebben we grondige marktanalyses uitgevoerd in de diverse landen. Dankzij meer dan 1.500 interviews met installateurs en groothandelaars hebben we nu een goede kijk op de marktbehoeften en onze huidige situatie ten opzichte van de concurrenten. Ons onderzoek toont duidelijk aan dat installateurs niet altijd op de hoogte zijn van (kwaliteits)verschillen tussen de diverse verwarmingsoplossingen. Vaak wordt van de eindverbruiker verwacht dat zij zelf rekening houden met deze verschillen om zo de ideale verwarmingsoplossing te kiezen.

Van product tot oplossing

Het is niet voldoende om een goed product te hebben en dat op de markt te brengen. Installateurs verwachten heel wat meer en ze hechten belang aan een professionele aanpak. Een goed assortiment van hoogwaardige producten is slechts een begin. Een goede ondersteuning en een gespecialiseerde knowhow zijn tevens ook van groot belang.

Meer dan 1.500 installateurs en groothandelaars hebben ons geholpen bij het identificeren van de toekomstige behoeften voor de ideale leverancier van verwarmingsoplossingen.

Focus

op de essentie

- Productkwaliteit en aanbod zijn cruciaal
- Full service en knowhow zijn essentieel om ons te onderscheiden
- Vraag met meerwaarde creëren bij eindgebruikers via inspiratie

De belangrijkste elementen in onze hoogwaardige oplossingen:

Aanbod

• Een leverancier van verwarmingsoplossingen moet een aanbod garanderen dat beantwoordt aan alle behoeften van de klant en geoptimaliseerde oplossingen mogelijk maakt, met als resultaat meer comfort en betere prestaties.

Ondersteuning en knowhow

• Oplossingen moeten ondersteund worden door een sterke expertise. Radson en Purmo hebben deze knowhow in huis en zullen ook hulpmiddelen ontwikkelen om de verwarmingsoplossingen in de toekomst te ondersteunen.

RADSON

PURMO

Kwaliteit

• Productkwaliteit moet benadrukt worden. Als onderdeel van de Rettig-organisatie hanteren Radson en Purmo hetzelfde hoge niveau op het vlak van productkwaliteit. Onze paneelradiatoren worden standaard verkocht met een garantie van 10 jaar! Wij bieden dan ook een kwaliteitsniveau dat hoger is dan dat van de meeste andere merken.

Interieuroplossingen

• De eindgebruikers ervaren het huidige marketingmateriaal als niet inspirerend. Wij willen hen inspireren door oplossingen aan te bieden met een meerwaarde door middel van onze nieuwe inspiratie en keuzehulpmiddelen.

Een radiator is meer dan een radiator

Er bestaan enorme verschillen tussen radiatoren. Ze verschillen allemaal in kwaliteit, installatiegemak, service en verwarmingscomfort. Er is een groot aanbod van leveranciers in de verwarmingsindustrie die allen een gelijkaardig productassortiment aanbieden. Radson en Purmo hebben besloten om daar verandering in te brengen. Met de sterke steun van Rettig ICC achter ons, brengen we nu onze vaardigheden samen om een toonaangevend verwarmingsmerk te vormen. Één merk met de kracht om échte marktdifferentiatie en merkvoorkeur te creëren. Door onze krachten te bundelen, kunnen we onze competenties optimaal benutten en de totale waarde van ons aanbod naar de klant toe verhogen.

De resultaten

zullen voor iedereen voordeel opleveren

- Duidelijke technische voordelen voor installateurs
- Nieuwe opportuniteiten voor de groothandel
- Betere comfortoplossingen voor elk interieur

Samen

sterk

- Één merkconcept
- Twee grote merknamen
- Nieuwe synergieën

Wij zullen ons concentreren op betere verwarmingsoplossingen die een echte meerwaarde bieden. Door de nadruk te leggen op de voordelen en prestaties in verschillende toepassingen kunnen we de markt “sturen” om de eindgebruikers meer comfort te leveren.

Eindgebruikers winnen

Beter comfort in huis.
Kwaliteits- en designoplossingen bieden méér waarde voor de eindgebruiker.

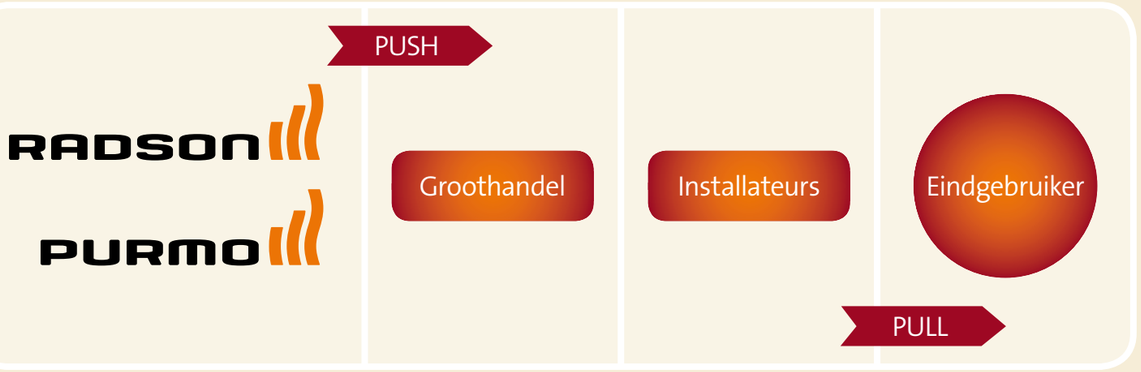
Installateurs winnen

Grotere klantentevredenheid, minder installatieproblemen en méér winst voor installateurs.

Groothandelaars winnen

Méér omzet voor de groothandel

Door af te stappen van gestanaardiseerde aanbiedingen, wint iedereen. Eindgebruikers hebben de keuze uit betere, geïntegreerde verwarmingsoplossingen en installateurs creëren een hogere klantentevredenheid. Beide kunnen op deze manier zorgen voor meer inkomsten. Dit komt uiteraard ten goede aan de groothandel die hun omzet verhogen door de hogere gemiddelde waarde per transactie. Radson en Purmo vergroten hiermee hun marktdekking dankzij een geïntegreerd verkoopnetwerk en de drastisch opgedreven promotie gericht op zowel installateurs als eindgebruikers.



Vereende krachten creëren een sterke impact

Om voor iedereen de hoogste waarde te creëren, passen we een “dubbele” marktbenadering toe met een sterke focus op direct sales en een krachtige promotie bij installateurs en eindgebruikers. Een grondige verkoopaanpak met een hoog service- en kwaliteitsniveau zal opitmale omstandigheden creëren om nieuwe, competitieve producten te lanceren. Door dit te combineren met een krachtig internationaal marketingconcept zal Radson/Purmo ongetwijfeld een sterke marktpositie innemen.

De nieuwe merkkaart

We hebben besloten om onze internationale aanwezigheid te optimaliseren door één efficiënte salesstructuur te creëren, overkoepelend voor beide merken in de betreffende landen. Onze missie bestaat eruit om de consument nog betere verwarmingsoplossingen te bieden. Dit wordt gesymboliseerd door de 3 stralende oranje verwarmingsgolven.

Norman Bustin
Marketing and sales director
UK

Markus Reiner
Marketing and sales director
Duitsland

Christophe Latapie
Marketing and sales director
Frankrijk

The Warm Society

Rob Hermkens
Marketing and sales director
Nederland

Jan Ekwall
Marketing and sales director
Scandinavië

Koos van der Zanden
Brand marketing manager

Jacek Luzac
Marketing and sales director
Oost-Europa

Marica Mikovic
Marketing and sales director
Balkan

Wojciech Makowski
Marketing and sales director
Polen

Olivier Schmitz
Marketing and sales director
België

The Warm Society zal ervoor zorgen dat verwarming de aandacht krijgt die ze verdient. Er heerst soms een passieve houding ten opzichte van verwarmngoplossingen. Radson/Purmo wenst deze mentaliteit te doorbreken door een wijziging in het beslissingsproces van de eindklant tot stand te brengen. Want radiatoren zijn zoveel meer dan verwarming. Daarom willen we u graag laten kennismaken met de bijna eindeloze keuzemogelijkheden op vlak van design, kleur en functionaliteit. We wensen dat onze klanten en partners deel uitmaken van The Warm Society en zich samen met ons achter onze missie scharen: de wereld bevrijden van grijze en inadequate verwarmingsoplossingen.

Het merk

look en feel

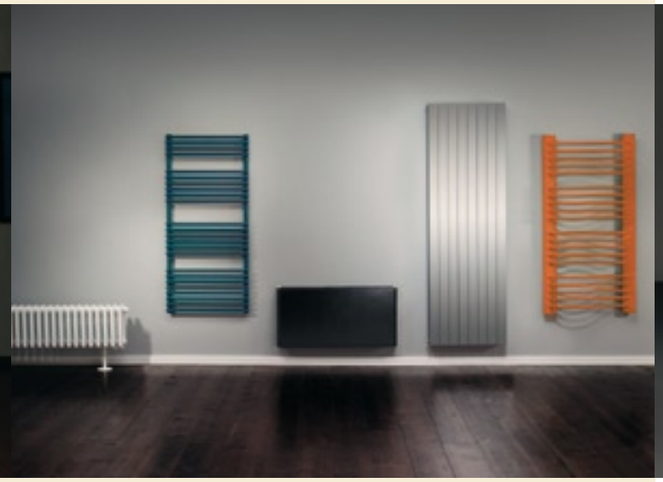
- Emotionele meerwaarde
- Modern en dynamisch
- Unieke stijl

The Warm Society werd gecreëerd om de look en feel te weerspiegelen van een dynamische onderneming die innovatieve verwarmings-oplossingen biedt. The Warm Society is gebaseerd op 4 pijlers. Deze pijlers bepalen onze nieuwe look en feel en zullen weerspiegelen in al onze communicatie-uitingen.

Logo
De nieuwe logo's, die bestaan uit de bedrijfs-naam en het bedrijfssymbool, creëren een sterke visuele indruk voor onze organisatie. Het nieuwe logo dat bestaat uit de bedrijfs-naam en het bedrijfssymbool, creëert een sterke visuele indruk. Het lettertype is ont-worpen door een Scandinavische ontwerper. Het logosymbool geeft een sterker wordende vlam weer.

RADSON

PURMO



LIVING IN

The Warm Society

The Warm Society is een plaats waar u ten volle kan genieten. Ons uitgebreid aanbod aan verwarmingsoplossingen biedt u het hele jaar door het opitmale binnenklimaat. The Warm Society draait echter om veel meer dan de warmte. Wij nemen design ern-stig en zorgen ervoor dat al onze verwar-mingsoplossingen niet alleen de "feel", maar ook de "look" van elk interieur beter tot zijn recht laten komen.

HEATING IN

The Warm Society

Het hart van The Warm Society wordt ge-vormd door een uitgebreid productaanbod in tal van modellen, afmetingen en kleuren. Zo kunnen onze partners en klanten genieten van een ongeëvenaarde keuze: traditionele paneel- en kolomradiatoren, functionele bad-kamerradiatoren, trendy desingradiatoren en innovatieve vloerverwarming.

BASIS OF

The Warm Society

De basis van The Warm Society is ons enga-gement om duurzame producten te maken. Doorheen onze volledige productie- en distributieketen is kwaliteit onze toppriori-teit. Of het nu gaat om de materialen die we selecteren, de processen die we toepassen of onze uiterst nauwkeurige testproce-dures: we nemen onze verantwoordelijkheid. Onze productkwaliteit ligt ons nauw aan het hart, daarom kunnen we u een product met een lange levensduur garanderen!

WORKING IN

The Warm Society

De reden waarom The Warm Society werkt, is de combinatie van onze knowhow en het engagement van onze medewerkers. Oplei-ding, teamwerk, ondersteuning en service: alles wordt ingeschakeld om te garanderen dat we ons doel bereiken, zo zullen we het leven van al onze klanten en partners verge-makkelijken. Toegewijd en trots stellen we alles in het werk om te investeren in lange-termijn relaties met de nodige professionali-teit en enthousiasme die ons zullen onder-scheiden van de concurrentie.

Communicatie

in The Warm Society

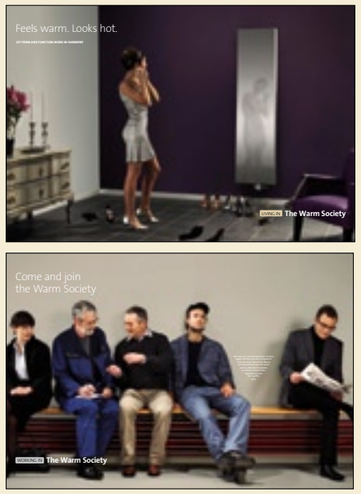
- Geïntegreerde benadering
- Consistentie
- Nieuwe inspiratie- en keuzehulpmiddelen

We zullen een reeks communicatie-hulpmiddelen introduceren om het productaanbod te promoten en de merkbekendheid te vergroten. Deze zullen het beslissingsproces voor de klant vergemakkelijken. Het communicatiemateriaal zal beschikbaar zijn in de meeste Europese talen.

Who cares about heating?
We do.
Visit the Purmo/Radson Hot Box at
ISH Frankfurt a. M
6-11 March 2007
Hall 8.0 Stand L 66
People have had a passive attitude to heating for far too long. And we think it's time to do something about it. We believe there is much more to radiators than just heat, and we want to tell the world about the almost infinite amount of options when it comes to design, colour and functionality.
If you would like to learn more about just what we're doing to put heating on the agenda, join us in the Purmo/Radson Hot Box at ISH Frankfurt, 6-10 March 2007.
Together we can free the world of grey and inadequate heating solutions!
PURMO

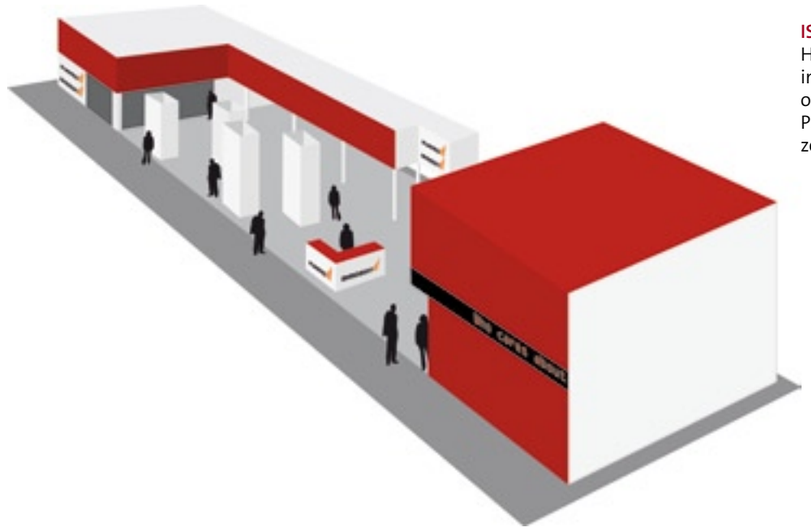
Advertenties

Advertenties in groot formaat in de belangrijkste vakbladen om product- en merkbekendheid te vergroten.



Brochures

Introductie van een reeks brochures:
Corporate-, product- en technische brochure.



ISH-beurs

Het concept van The Warm Society wordt in stijl gelanceerd tijdens ISH 2007 op een opvallende beursstand met oa. een Radson/ Purmo film en tal van leuke activiteiten die zeker niet onopvallend zullen voorbij gaan.

POS

Voor groothandelspartners is er nieuw POS-materiaal ontwikkeld om de verkoop in de showrooms te ondersteunen.

The Warm Society

Website

De website zal volledig vernieuwd worden met een modern en gebruiksvriendelijk ontwerp. De nadruk ligt op de 4 pijlers. Daarnaast komen er ook technische informatie en richtlijnen voor installatie aan bod.

Het merk
Het marketingplan

- Sterke aanwezigheid het hele jaar door
- Gerichte campagnes en productlanceringen

Onze uitgebreide marketing- en PR campagne zal het hele jaar door in de markt aanwezig zijn, met 2 belangrijke periodes. In deze periodes worden nieuwe onderwerpen geïntroduceerd om de merkbekendheid te verhogen, de interesse vast te houden en nieuwe elementen op vlak van kwaliteit en comfort te introduceren in de verwarmingsindustrie.

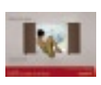
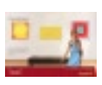
Belangrijkste marketingactiviteiten 2007
- Mediaplan in vakbladen, goed voor ongeveer 400.000 lezers
- 4 verschillende inserts in vakbladen. Ongeveer 1,1 miljoen exemplaren in totaal
- Productcatalogus beschikbaar in 9 talen
- Nieuwe, sterke showroomdisplay voor de groothandel
- 15.000 mailshots groothandelaars
- 300.000 mailshots installateurs
- Opvallende web-aanwezigheid in alle belangrijke markten

Mediastrategie
De grote Europese vakbladen vormen ons belangrijkste communicatiemedium. Het hele jaar door wordt een sterke aanwezigheid gehandhaafd met de nadruk op de belangrijkste producten en thema's.

RADSON

PURMO

Campaign Plan 2007

		January 07	February 07	March 07	April 07	May 07	June 07	July 07	August 07	September 07	October 07	November 07	December 07
		The Warm Society							Panel Leadership				
Wholesalers	Direct Mail												
	Brochure												
	POS												
	Website												
	Event												
Installers	Direct Mail												
	Ads												
	Insert												
	Brochure												
	Website												
	Event												

WWW.RADSON.COM

RADSON N.V., Vogelsancklaan 250, 3520 Zonhoven, België,
T +32 (0)11 81 31 41, F +32 (0)11 81 73 78, info@radson.be
RADSON, Heerbaan 14, 5721 LS Asten, Nederland,
T +31 (0)493 69 02 50, F +31 (0)493 69 48 48, rob.hermkens@radson.be

RADSON